

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Simpulan**

Bentara Budaya Yogyakarta sebagai lembaga non profit milik Kompas Gramedia mampu mempertahankan tujuannya selama 32 tahun, yaitu sebagai wadah bagi dunia seni budaya khususnya yang terpinggirkan baik itu seni tradisi, modern, ataupun kontemporer. Hal ini tidak terlepas dari kinerja para pengurus, dewan kurator dan jajaran direksi lainnya yang sangat loyal dan bertanggungjawab. Kekuatan ini juga didukung akan keberadaan berbagai pihak di luar kepengurusan seperti seniman, pelaku seni, pecinta seni, dan komunitas yang selalu mendukung dan berpartisipasi dalam kegiatan-kegiatan. Pada pengelolaan di Bentara Budaya Yogyakarta terjalin suatu bentuk aktivitas kerja yang dinamis dengan pihak di luar kepengurusan.

Pada awalnya Bentara Budaya Yogyakarta menghadirkan suatu sajian kepada publik, yang kemudian diterima oleh publik dan pada akhirnya direspon dan dikirim kembali kepada Bentara Budaya Yogyakarta. Respon dari publik tersebut kemudian diproses ulang dan dilemparkan kembali kepada publik dalam bentuk sajian seni, demikian terus menerus proses yang terjadi. Sehingga Bentara Budaya Yogyakarta dapat tetap aktif dan hidup, karena suatu organisasi itu akan berkembang karena proses timbal balik yang aktif dari lingkungan luarnya.

Jalinan kerjasama ini dapat terjalin dengan baik karena budaya organisasi yang tercipta di Bentara Budaya Yogyakarta sangat terbuka, mengedepankan kejujuran dan selalu berusaha netral dengan semua pihak. Norma-norma tersebut telah dipegang dan dijalankan sejak awal Bentara Budaya Yogyakarta terbentuk pada tanggal 26 September 1982. Pada akhirnya terjadi lintas generasi terhadap pihak-pihak yang mengapresiasi keberadaan Bentara Budaya Yogyakarta. Semakin banyak dan semakin aktif pihak di luar kepengurusan organisasi yang mendukung lembaga tersebut, maka akan

semakin kuat lembaga itu. Begitu juga yang terjadi di Bentara Budaya Yogyakarta.

Nama besar Kompas Gramedia sebagai salah satu perusahaan terkemuka di Indonesia juga mempunyai andil yang sangat besar terhadap jalannya kelembagaan Bentara Budaya Yogyakarta. Kompas Gramedia menjadi sumber utama dalam pembiayaan segala bentuk kegiatan terutama acara-acara yang dihadirkan dari pihak internal Bentara Budaya Yogyakarta. Selain itu juga Kompas Gramedia menjadi salah satu pendukung terbentuknya citra positif terhadap Bentara Budaya Yogyakarta.

Semua kondisi tersebut pada akhirnya mempengaruhi pola pengelolaan pemasaran di Bentara Budaya Yogyakarta. Produk yang ditawarkan oleh Bentara Budaya Yogyakarta selalu konsisten pada awal tujuan Bentara Budaya Yogyakarta. Sistem pengelolaan non profit diterapkan hingga saat ini. Strategi promosi yang dilakukan untuk mengkomunikasikan keberadaan Bentara Budaya Yogyakarta kepada publik adalah dengan menghadirkan beragam kegiatan seni budaya yang juga didukung oleh banyak pihak yang berkompeten. Pihak tersebut antara lain Kompas Gramedia beserta jajaran direksi, para dewan kurator, Sindhunata, jaringan kerjasama dengan Bentara Budaya yang lain, dan para pendukung dari pihak di luar kepengurusan. Sedangkan strategi promosi yang dilakukan untuk mengkomunikasikan acara-acara yang ada melalui jalinan hubungan yang baik dengan semua pihak di lingkungan Bentara Budaya Yogyakarta serta periklanan melalui berbagai macam media publikasi (spanduk, poster, undangan, sosial media, dll). Jalinan hubungan yang baik ini akan menumbuhkan loyalitas untuk mendukung acara-acara di Bentara Budaya Yogyakarta. Mulai dari dukungan yang paling sederhana yaitu mengunjungi acara-acara sampai pada keterlibatan langsung dalam pengelolaan acara di Bentara Budaya Yogyakarta.

## **B. Saran**

Setiap penelitian pasti mempunyai kekurangan dalam proses pelaksanaan hingga hasil akhir yang didapat. Begitu juga dalam proses penelitian ini, masih banyak hal-hal yang dapat digali dan dikaji lebih dalam. Maka dari itu peneliti memberikan saran untuk penelitian selanjutnya agar lebih dapat memperdalam hal-hal yang terkait dalam obyek Bentara Budaya Yogyakarta. Seperti misalnya peran pemimpin Bentara Budaya Yogyakarta terhadap sepek terjang selama ini. Karena pemimpin pada setiap Bentara Budaya menjadi tokoh sentral dalam membawa ciri khas utama setiap Bentara Budaya. Selain itu penelitian dapat dilakukan dalam perspektif pengunjung Bentara Budaya Yogyakarta. Obyek penelitian adalah para pengunjung Bentara Budaya Yogyakarta. Penelitian ini dapat mengungkapkan secara rinci hal-hal yang menjadi penggerak para pengunjung untuk setia mengapresiasi Bentara Budaya Yogyakarta. Serta dapat diketahui bidang-bidang pengelolaan yang masih kurang dilakukan oleh pengurus terhadap para pengunjung. Karena pengunjung menjadi salah satu faktor penting dalam keberhasilan Bentara Budaya Yogyakarta.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amir, Taufiq. (2011), *Manajemen Strategik: Konsep dan Aplikasi*, Rajawali Pers, Jakarta.
- Atkinson, David M., (2007), *Thinking The Art of Management*, Palgrave Macmillan, New York.
- Bahari, Nooryan. (2008), *Kritik Seni*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta.
- Ginting, Nembah F. Hartimbul. (2011), *Manajemen Pemasaran*, CV Yrama Widya, Bandung.
- Hermanu. (2007), *Rama Sungging*. Bentara Budaya Yogyakarta, Yogyakarta.
- Hermawan, Agus. (2012), *Komunikasi Pemasaran*, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. (2006), *Marketing Management Twelfth Edition atau Manajemen Pemasaran, Edisi Kedua Belas Jilid 1* terjemahan Benyamin Molan. (2009), PT Indeks, Jakarta.
- Kotler, Philip & Armstrong, Gary. (2001), *Principles of Marketing, 8<sup>th</sup> Edition, atau Dasar-dasar Pemasaran Edisi Kedelapan Jilid 1*, terjemahan Damos Sihombing. (2001), Erlangga, Jakarta.
- \_\_\_\_\_. (2001), *Principles of Marketing, 8<sup>th</sup> Edition, atau Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi Kedelapan Jilid 2*, terjemahan Damos Sihombing. (2001), PT Indeks, Jakarta.
- \_\_\_\_\_. (2001), *Principles of Marketing, Ninth Edition atau Dasar-dasar Pemasaran Edisi Kesembilan Jilid 2*, terjemahan Benyamin Molan. (2004), PT Indeks, Jakarta.
- \_\_\_\_\_. (2008), *Principles of Marketing, Twelfth Edition atau Dasar-dasar Pemasaran, Edisi ke-12*, terjemahan Bob Sabran. (2008), Erlangga, Jakarta.
- Marianto, Dwi. (2011), *Menempa Quanta Mengurai Seni*, Badan Penerbit ISI Yogyakarta, Yogyakarta.
- Moleong, Lexy J., (201), *Metodologi Penelitian Kualitatif*, PT Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Morissan, M.A., (2012), *Metode Penelitian Survei*, Prenada Media Grup, Jakarta.
- Rangkuti, Freddy. (2004), *Flexible Marketing*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

- Sampurno. (2010), *Manajemen Stratejik: Menciptakan Keunggulan Bersaing dan Berkelanjutan*, Gadjah Mada University Press, Yogyakarta.
- Sindhunata. (2007), *Selayang Pandang Bentara Budaya Yogyakarta*, Bentara Budaya Yogyakarta, Yogyakarta.
- Somanagara. (2006), *Strategic Marketing Communication Konsep Strategis dan Terapan*, Alfabeta, Bandung.
- Subyantoro, Arief, FX. Suwanto. (2007), *Metode dan Teknik Penelitian Sosial*, C.V. Andi Offset, Yogyakarta.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Sumardjo, Jakob. (2000), *Filsafat Seni*, Penerbit ITB, Bandung.
- Sumarsan, Thomas. (2011), *Sistem Pengendalian Manajemen: Konsep, Aplikasi, dan Pengukuran Kinerja*, PT. Indeks, Jakarta.
- Sunyoto, Danang. (2013), *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran*, CAPS, Yogyakarta.
- Susanto, Mikke. (2004), *Menimbang Ruang Menata Rupa*, Galang Press, Yogyakarta.
- Sutrisno, Edy. (2011), *Budaya Organisasi*, Kencana, Jakarta.
- Suyanto, M., (2007), *Marketing Strategy Top Brand Indonesia*, C.V Andi Offset, Yogyakarta.
- Yin, Robert K., (2005), *Studi Kasus Desain dan Metode*, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Yin, Robert K., (2014), *Studi Kasus Desain dan Metode*, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Yoeti, Oka A. 2003. *Customer Service Cara Efektif Memuaskan Pelanggan*. Jakarta: PT. Pradnya Paramita.

## JURNAL

- Yoeti, Oka A. 2003. *Customer Service Cara Efektif Memuaskan Pelanggan*. Jakarta: PT. Pradnya Paramita.

Blattberg, Robert C., & Broderick, Cynthia J. (1991), "*Marketing of Art Museum*", dalam *The National Bureau of Economic Research*, Januari 1991, University of Chicago Press.

#### **SUMBER LAIN MELALUI INTERNET**

<http://www.facebook.com/bentarabudaya.yogyakarta>. 16 Mei 2014.

<https://twitter.com/BbyYogya>. 16 Mei 2014.

<https://www.facebook.com/groups/jazzmbensenen>. 16 Mei 2014.

<https://www.facebook.com/jogja.jammin>. 16 Mei 2014.

<https://www.facebook.com/groups/folkmataramaninstitute>. 16 Mei 2014.

<https://www.google.co.id/maps/place/Bentara+Budaya+Yogyakarta>. 16 Mei 2014.

Ariwibowo, Donny (1 April 2014), "*Analisis Dan Perancangan Website Sebagai Media Promosi Pada Noer Art Gallery Lamongan*".

[http://repository.amikom.ac.id/files/Publikasi\\_05.12.1154.pdf](http://repository.amikom.ac.id/files/Publikasi_05.12.1154.pdf)

Widyastuti, Dhyah Ayu Retno (6 Mei 2014), "*Upacara Religi dalam Komunikasi Pemasaran Pariwisata*".

<http://eprints.uns.ac.id/8148/1/71890707200910431.pdf>

## DAFTAR INFORMAN

- Danny Eriawan (39 th.), musisi dan penanggungjawab komunitas Jazz Mben Senen, wawancara tanggal 14 April 2014 di area panggung kesenian Bentara Budaya Yogyakarta.
- Felix ‘Gong Grafis’ (49 th.), desainer grafis, wawancara tanggal 23 April 2014, di di kantor ‘Gong Grafis’ Onggobayan Yogyakarta.
- Hari Budiono (58 th.), ketua pengelola Balai Sudjatmoko Solo, wawancara tanggal 14 Mei 2014, di ruang pameran Bentara Budaya Yogyakarta.
- Hermanu (59 th.), ketua pengelola Bentara Budaya Yogyakarta, wawancara tanggal 14 April 2014, di kantor Bentara Budaya Yogyakarta.
- Ong Hariwahyu (56 th.), seniman dan pengelola komunitas Folk Mataraman Institute, wawancara tanggal 23 April 2014, di kediaman Ong Hariwahyu, Nitiprayan Yogyakarta.
- Samuel Indratma (44 th.), seniman dan pengelola komunitas Folk Mataraman Institute, wawancara tanggal 24 April 2014 di kediaman Samuel, Langenarjan Lor Yogyakarta.
- Sindhunata (62 th.), budayawan dan dewan kurator Bentara Budaya, wawancara tanggal 14 Mei 2014, di kantor Bentara Budaya Yogyakarta.
- Suharmanto (50 th.), pengelola Bentara Budaya Yogyakarta di bagian umum, wawancara tanggal 19 Mei 2014, di ruang pameran Bentara Budaya Yogyakarta.
- Wuryani (53 th.), sekretaris dan bendahara Bentara Budaya Yogyakarta, wawancara tanggal 15 Januari 2014 dan 25 Februari 2014 di kantor Bentara Budaya Yogyakarta, tanggal 24 Februari 2014 di perpustakaan UGM Yogyakarta.
- Zulianti (34 th.), penulis dan mantan pengelola Bentara Budaya Yogyakarta, wawancara tanggal 15 Januari 2014 di kantor Bentara Budaya Yogyakarta dan tanggal 24 Februari 2014 di perpustakaan UGM Yogyakarta.